

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Hasil penelitian ini pada dasarnya untuk mengetahui bagaimana pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan peluang bisnis terhadap perilaku keuangan pelaku bisnis penggemar K-Pop generasi Z di DKI Jakarta. Berikut merupakan kesimpulan yang didapatkan setelah melakukan penelitian yang dianalisis menggunakan SmartPLS 4.0:

- a) Literasi keuangan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan. Artinya semakin baik pemahaman mereka terkait literasi keuangan, perilaku keuangan akan semakin terkelola dan bijaksana. Pada penelitian ini, penggemar *K-pop* pada generasi Z di DKI Jakarta seringkali menghadapi tantangan dalam mengelola keuangan pribadi karena kurangnya pengetahuan mendalam terkait literasi keuangan, namun mereka tetap proaktif dalam mencari informasi dan berusaha mengelola keuangan dengan bijak. Hasil ini sesuai dengan hipotesis awal, sehingga H1 diterima.
- b) Gaya hidup mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin baik gaya hidup seseorang, maka perilaku keuangannya juga akan semakin baik. Sampel pada penelitian ini cenderung mengikuti gaya hidup sesuai tren dengan membeli *merchandise* terbaru. Meskipun demikian, mereka selalu mencari informasi melalui internet maupun sosial media yang berkaitan dengan pengetahuan pengelolaan keuangan untuk terus memperluas wawasan dan lebih bijak. Selain itu mereka juga merasa tertarik untuk terlibat dalam jual beli barang-barang K-Pop sebagai hobi atau bisnis tambahan. Hasil ini sesuai dengan hipotesis awal, sehingga H2 diterima.
- c) Peluang bisnis mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan. Sehingga semakin baik penerapan peluang bisnis maka semakin baik pula perilaku keuangannya. Pada penelitian ini, penggemar *K-pop* pada generasi Z di DKI Jakarta dapat mengidentifikasi

peluang bisnis yang potensial dengan memahami tren dan permintaan pasar terkini dalam industri K-Pop melalui grup komunitas maupun sosial media sehingga dapat memanfaatkan peluang bisnis dengan baik. Hasil penelitian ini sesuai hipotesis awal, sehingga H3 diterima.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berikut beberapa keterbatasan pada penelitian ini:

- a) Sampel pada penelitian ini dilakukan pada wilayah DKI Jakarta saja, sehingga tidak dapat mewakili keragaman dari daerah-daerah lain.
- b) Penelitian ini menggunakan 3 variabel bebas yaitu literasi keuangan, gaya hidup, dan peluang bisnis. Sedangkan masih terdapat faktor-faktor lain yang juga mungkin berperan dalam memengaruhi perilaku keuangan yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.
- c) Tidak ada pernyataan dalam kuisioner yang menanyakan berapa lama pelaku bisnis telah memiliki usaha mereka.

5.3 Saran

Peneliti dapat memberikan beberapa saran, yaitu sebagai berikut:

- a) Bagi Peneliti Selanjutnya
Untuk peneliti berikutnya yang akan meneliti terkait perilaku keuangan, diharapkan untuk menambahkan variabel bebas lainnya selain yang telah digunakan dalam penelitian ini. Langkah ini dimaksudkan untuk memperluas cakupan analisis yang dapat memengaruhi perilaku keuangan. Selain itu penelitian selanjutnya diharapkan untuk memperluas sampel yang diteliti agar lebih representatif secara geografis dan demografis
- b) Bagi Masyarakat
Untuk masyarakat khususnya anak muda generasi Z diharapkan untuk meningkatkan pemahaman mengenai literasi keuangan sehingga dapat mengelola keuangan dengan lebih bijaksana lagi. Selain itu gaya hidup yang dijalankan agar lebih berorientasi untuk menghindari pengeluaran yang konsumtif. Generasi Z juga diharapkan untuk lebih memanfaatkan potensi bisnis terutama dalam hal ini terkait seputar K-Pop seperti membuat keunikan atau ciri khas produk yang dipasarkan dan mencari referensi ide bisnis lebih luas lagi.

c) Bagi Pemerintah

Untuk Pemerintah diharapkan dapat merumuskan kebijakan dan strategi yang mendukung pertumbuhan ekonomi untuk pelaku bisnis K-Pop dengan adanya dampak positif terhadap keberadaan generasi Z penggemar K-Pop seperti mengidentifikasi peluang bisnis di sektor kreatif terkait K-Pop, industri musik, fashion, dan pariwisata.